

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5CCF : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session CCF 2012

Sujet n°2

Thème : S421- La relation commerciale et son contexte

Question 1

Précisez les enjeux de la relation commerciale et identifiez les composantes de la relation commerciale

Question 2

Vous avez pris récemment vos fonctions de conseiller(ère) de clientèle dans l'agence Rond Point de la Banque Principale de Crédit (Banque mutualiste). Très bien implantée dans la région pour des raisons historiques, elle cherche à réactiver une partie de sa clientèle distanciée et souvent multibancarisée.

L'agence Rond Point est située au centre-ville d'une commune de 60 000 habitants. Elle ouvre ses portes du lundi au jeudi de 8h30 à 18h15 et le vendredi de 8h30 à 13h00. Elle compte 2 643 clients dont une importante proportion d'actifs travaille dans la capitale régionale située à 40 kilomètres. La prise de rendez-vous par les conseillers est difficile dans ce contexte.

Vous avez été muté(e) dans cette agence à la suite d'une redistribution des portefeuilles. La direction vous a confié la gestion du portefeuille n°1 composé de 453 clients. Tous les nouveaux clients conquis par l'agence en 2008 y sont rattachés

La direction du réseau a récemment mis en place un nouveau système de suivi de l'activité commerciale des conseillers.

Dans quelques jours, vous allez avoir un entretien individuel avec votre supérieur hiérarchique et ainsi faire le bilan des quatre premiers mois de votre activité.

- **2.1. Complétez** et expliquez l'intérêt du tableau de suivi de l'activité commerciale (annexe 2) pour un(e) conseiller(ère) de clientèle. Vous préciserez en particulier l'utilité des indicateurs (2), (3) et (4) mentionnés dans ce tableau.
- **2.2. Analysez** votre activité commerciale en faisant ressortir les principaux écarts.
- **2.3.. Proposez** des solutions concrètes pour améliorer vos résultats.

Question 3

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt de la segmentation de la clientèle

Annexe 2. L'analyse de l'activité

Tableau de suivi de l'activité commerciale – Portefeuille 1

Indicateur Période	Nombre Rendez- vous	RV provoqués	RV subis	Dont hors portefeuille (1)	Taux de RV provoqués (2)	Nbre de RV aboutissant à une vente	Nombre d'ouvertures produits	Taux de concrétisation (3)	Productivité : nombre moyen de produits vendus par rendez-vous ayant abouti à une vente (4)
Janvier 2009	56	17	39	18	?	22	28	?	?
Février 2009	50	13	37	21	?	17	21	?	?
Mars 2009	66	37	29	16	?	29	44	?	?
Avril 2009	64	36	28	15	?	30	53	?	?
Cumul année	236	103	133	70		98	146		
Moyenne Mensuelle	59	25,75	33,25	17,5	?	24,5	36,5	?	?
Norme	78			max 20 %	70 %			50 %	1,5

Les principales causes des rendez-vous subis

Raison	Fréquence
Demande d'explications sur opérations	31 %
Réclamation tarifaire	26%
Suivi dossier en cours (ouverture, prêt, etc.)	14 %
Prospect spontané	13 %
Opération courante	10%
Autre (ordre de bourse, etc.)	6%

Source : enquête interne groupe juin 2008

